

**KOMUNIKASI PERSUASIF PENYIAR RADIO RWK FM  
DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR**



**Skripsi**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1**

**Disusun oleh :**

**Mahmudah Al Fauziah**

**NIM 14210054**

**Pembimbing:**

**Mochammad Sinung Restendy, M.Sos**

**NIP. 198904192019031009**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2021**



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1441/Un.02/DD/PP.00.9/09/2021

Tugas Akhir dengan judul : KOMUNIKASI PERSUASIF PENYIAR RADIO RWK FM DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MAHMUDAH AL FAUZIYAH  
Nomor Induk Mahasiswa : 14210054  
Telah diujikan pada : Senin, 16 Agustus 2021  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Mochammad Sinung Restendy, M.Sos.  
SIGNED

Valid ID: 612db83b44c7c



Penguji I  
Dr. H. M. Kholili, M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 6130e3bde0f6



Penguji II  
Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 61271371b532e



Yogyakarta, 16 Agustus 2021  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 61319fc571049

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mahmudah Al Fauziyah

NIM : 14210054

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **Komunikasi Persuasif Penyiar Radio RWK FM dalam Menarik Minat Pendengar** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggung jawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 16 Agustus 2021

Yang Menyatakan



Mahmudah Al Fauziyah  
NIM. 14210054



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856  
Yogyakarta 55281

---

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum wr. wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Mahmudah Al Fauziyah

NIM : 14210054

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi : KOMUNIKASI PERSUASIF PENYIAR RADIO RWK FM  
DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR

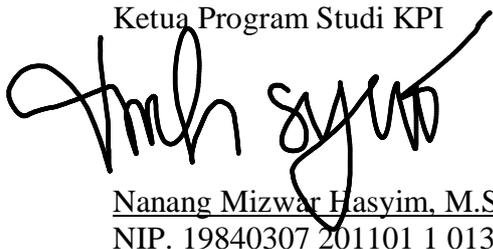
sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum wr.wb.*

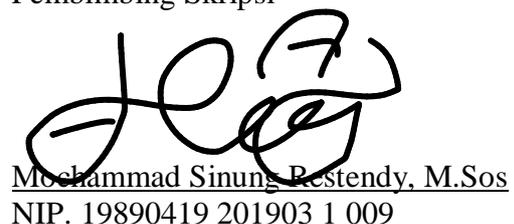
Yogyakarta, 09 Agustus 2021

Mengetahui,  
Ketua Program Studi KPI



Nanang Mizwar Hasyim, M.Si  
NIP. 19840307 201101 1 013

Pembimbing Skripsi



Mochammad Sinung Restendy, M.Sos  
NIP. 19890419 201903 1 009

## ABSTRAK

Penelitian berjudul Komunikasi Persuasif Penyiar Radio RWK FM dalam Menarik Minat Pendengar ditulis oleh Mahmudah Al Fauziah (14210054) Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Radio merupakan salah satu media massa yang masih digemari masyarakat hingga saat ini. Salah satu radio yang terdapat di kabupaten Klaten adalah Radio RWK FM. Pada awalnya RWK FM tidak terlalu mendapat perhatian masyarakat, namun sejak tahun 2019, adanya peningkatan jumlah pendengar RWK FM. Adapun program siaran paling favorit di radio ini adalah *Klangenan Siang*. *Klangenan Siang* berhasil menjadi program paling unggul dibanding program lainnya. Oleh karena itu, peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan RWK FM khususnya program siaran *Klangenan Siang* dalam menarik minat pendengar.

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi persuasif, khususnya melihat bagaimana komunikasi persuasif berhasil terjadi dengan memperhatikan empat aspek menurut Shanon dan Weaver, yaitu sumber pesan persuasif, pesan persuasif, medium dan audiens.

Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat komunikasi persuasif yang dilakukan penyiar RWK FM dalam menarik minat pendengar. Keberhasilan komunikasi persuasif tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, seperti sumber pesan memiliki karakteristik dan memenuhi kualifikasi yang harus dimiliki oleh seorang penyiar. Penggunaan Bahasa Jawa yang sederhana dengan gaya bicara yang tepat mampu menarik pendengar sesuai dengan segmentasinya.

**Kata Kunci: Komunikasi, Persuasif, Radio, RWK FM.**

SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## MOTTO

Tidak ada balasan kebaikan kecuali kebaikan (pula).

Ar-Rahman : 60



## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan

**Untuk yang terkasih Bapak, Mamak dan Mbak Aini**



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah swt. yang telah melimpahkan rahmat, kesehatan, dan kesempatan sehingga skripsi yang berjudul “Pesan Persuasif Penyiar Radio RWK dalam Menarik Minat Pendengar” ini dapat terselesaikan. Salawat dan salam semoga senantiasa terkirimkan kepada Rasulullah saw., beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Peneliti menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

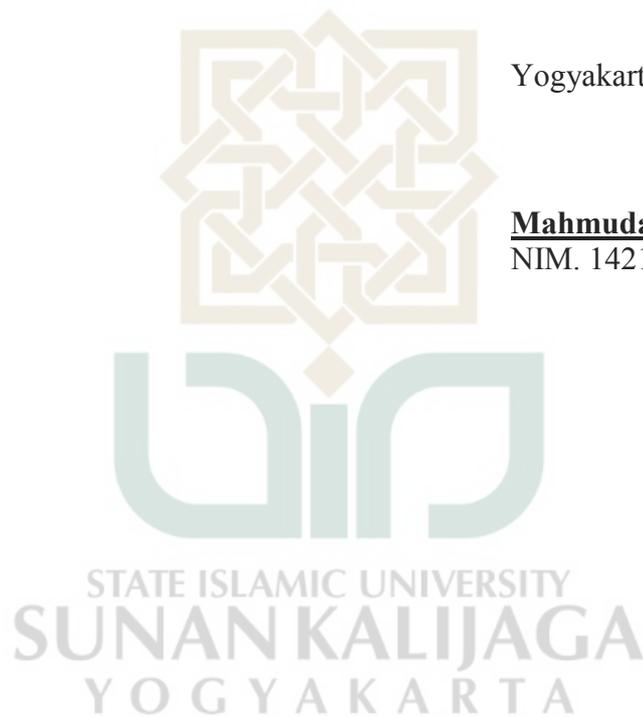
1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. Phil. AlMakin, S.Ag., M.A.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.
4. Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Mochammad Sinung Restendy, M.Sos.
5. Dosen Penasihat Akademik, Bapak Dr. H. M. Kholili, M.Si.
6. Bapak Ibu Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah banyak berbagi ilmunya selama masa studi.
7. Keluarga tercinta. Almarhum bapak, ibu, mbak dan mas.

8. Sahabatku Anita dan Syada, Wea. Ence, Ucup, Sam, Indra beserta seluruh keluarga IMM Dakwah.
9. Seluruh Staf Radio RWK FM yang telah bersedia menjadi sumber informasi dalam penelitian ini.

Akhirnya, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca dan pihak lain yang membutuhkan.

Yogyakarta, 16 Agustus 2021

**Mahmudah Al Fauziah**  
NIM. 14210054



## DAFTAR ISI

KOMUNIKASI PERSUASIF PENYIAR RADIO RWK FM	i
ABSTRAK	ii
MOTTO	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
D. Kajian Pustaka	7
E. Kerangka Teori	12
1. Radio	12
2. Komunikasi Persuasif	16
3. Penyiar Radio	20
4. Minat Pendengar	23
F. Metode Penelitian	25
1. Paradigma Penelitian	25
2. Pendekatan Penelitian	25
3. Metode Penelitian	26
4. Subjek dan Objek Penelitian	26
5. Data Penelitian	27

6. Teknik Pengumpulan Data.....	28
7. Teknik Analisis Data.....	29
G. Sistematika Pembahasan.....	30
<b>BAB II RADIO RWK FM</b>	<b>32</b>
A. Sejarah .....	32
B. Visi.....	33
C. Misi.....	33
D. Logo Dan Arti.....	34
E. Data Teknis.....	34
F. Format Program.....	35
G. Program Siaran .....	37
1. <i>Opening</i> .....	37
2. Inspirasi pagi.....	37
3. Samara.....	38
4. Dendang Dangdut .....	38
5. Jeda Dzuhur.....	39
6. Klangeran Siang.....	39
7. Top Hits .....	39
8. Menjelang Maghrib.....	39
9. Tadarus Malam .....	40
10. Sari Berita .....	40
11. Acara Malam.....	40
a. Senin : Bits on monday .....	41
b. Selasa : Angkringan RWK.....	41
c. Rabu : Kopikustik .....	41

d. Kamis : Kamis Manis.....	41
e. Jumat : Music on friday .....	41
f. Sabtu : Pop minggu.....	41
12. <i>Closing</i> .....	41
G. Program <i>Klangenan Siang</i> .....	41
H. Struktur Organisasi .....	42
I. Profil Penyiar .....	44
J. Prestasi Dan Penghargaan.....	45
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	46
A. Komunikasi Persuasif Penyiar Radio RWK FM .....	46
1. Sumber Pesan Persuasif .....	46
2. Pesan Persuasif.....	55
a. Pesan Pada Pembukaan Siaran.....	55
b. Pesan Pada Pertengahan Siaran .....	57
c. Pesan Saat Telepon Interaktif dengan Pendengar .....	59
d. Pesan Saat Penutupan Siaran .....	61
3. Medium.....	62
4. Audiens .....	67
B. Keberhasilan Komunikasi Persuasi Penyiar dalam Menarik Minat Pendengar.....	71
BAB IV PENUTUP .....	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran .....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	83

Catatan Lapangan 1.....	83
Catatan Lapangan 2.....	86
Catatan Lapangan 3.....	88
Catatan Lapangan 4.....	92
Catatan Lapangan 5.....	93
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	95



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Pendengar Radio RWK FM 2018-2021 .....	4
Gambar 2 Logo Radio RWK FM.....	34
Gambar 3 Konten Siaran Radio RWK FM .....	35
Gambar 4 Jenis Musik di Radio RWK FM.....	37
Gambar 5 Struktur Organisasi PT. Radio Swara Sumbing Wijaya Kusuma ....	6842
Gambar 6 Prosentasi Pendengar Radio Berdasarkan Pendidikan .....	64
Gambar 7 Prosentase Pendengar Radio Berdasarkan Usia .....	68
Gambar 8 Prosentase Pendengar Radio Berdasarkan Pekerjaan.....	69
Gambar 9 Pertumbuhan Pendengar Klengen Siang.....	77



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang selajur dengan perkembangan media saat ini membuat ketersediaan informasi menjadi lebih beragam. Pada tahun 2017 saja terdapat lebih dari 47.000 media massa di Indonesia, meliputi 2.000 media cetak, 674 media radio, 523 media televisi dan sisanya adalah media online.<sup>1</sup> Dari sekian media yang ada di Indonesia, radio menempati posisi ke empat sebagai media dengan penetrasi pengguna terbanyak setelah televisi, media online dan media cetak.

Pada masa awal kemerdekaan radio memegang peranan sebagai sumber berita utama nasional. Untuk skala global, masa keemasan penggunaan radio dimulai sebelum perang dunia II. Ketika itu radio adalah wahana informasi, hiburan, sekaligus teman. Bagi individu ketika itu radio begitu spesial, banyak stasiun yang memiliki sendiri staf orkestra untuk memainkan jaz atau program *symphonic*. Bahkan tak jarang studio juga memiliki kelompok pemain drama. Tiap stasiun memiliki pendengar loyal tersendiri. Begitu juga dengan fungsinya sebagai media penyiaran komunikasi massa. Pada tahun 1960, siaran radio memasuki masa penting

---

<sup>1</sup>Widiarsi Agustina (ed.), "Terungkap, Indonesia Punya Media Massa Terbanyak di Dunia", *Tempo*, <https://nasional.tempo.co/read/1059285/terungkap-indonesia-punya-media-massa-terbanyak-di-dunia/full&view=ok>, diakses tanggal 24 Februari 2021.

dengan dikembangkannya teknologi siaran menggunakan frekuensi FM yang menjadikan penggunaannya semakin masif.<sup>2</sup>

Setelah dimulainya era televisi hitam putih, penemuan media massa terus berlanjut dengan televisi berwarna hingga kemudian perubahan dunia global dengan ditemukannya internet. Internet seolah mengubah hal-hal sederhana menjadi hal yang luar biasa dalam waktu singkat dan jangkauan yang luas. Berita yang sebelumnya hanya bersifat lokal, pun kalau harus disebar ke banyak tempat membutuhkan waktu yang cukup lama, dengan internet semua menjadi lebih cepat bahkan kejadian di belahan dunia lain bisa diketahui disaat yang bersamaan. Munculnya teknologi-teknologi pembaharuan membuat beberapa media massa yang dianggap ‘tua’ mulai tergeser.<sup>3</sup>

Keberagaman media massa ini kemudian menimbulkan persaingan dalam mendapatkan pengguna. Pada media radio persaingan yang terjadi pada dasarnya adalah persaingan mendapatkan perhatian pendengar. Radio harus memilih target pendengar supaya tidak kalah bersaing dengan media penyiaran yang lain. Target pendengar atau segmen pendengar yang dipilih akan menentukan program siaran, gaya siaran bahkan target pemasangan iklan.

---

<sup>2</sup>Nur Ahmad, “Radio Sebagai Sarana Media Massa,” *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2015): 233–54.

<sup>3</sup>Kusnul Ika Sandra, “Efektivitas Penyiaran Berita Melalui Radio Di Kalangan Generasi Z (Rentang Usia 16-23 Tahun),” *Jurnal Diklat Keagamaan* 12, no. 2 (2018): 149–55.

Menurut Morissan dalam bukunya, audiens adalah pasar, dan program yang disajikan adalah produk yang ditawarkan.<sup>4</sup> Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat pendengar tertarik untuk mengikuti siaran. Program siaran dapat dianalogikan sebagai produk atau pelayanan yang dijual oleh suatu pihak untuk mendapatkan keuntungan. Maka program siaran memegang peran penting dalam hal menarik perhatian pendengar juga menarik pengiklan yang menjadi sumber penghasilan pada suatu media. Namun hal berbeda terjadi di Radio Swara Sumbing Wijaya Kusuma (RWK) FM, di mana radio ini mengudara dengan program yang sama dalam tiga tahun terakhir. Namun meski begitu, terjadi peningkatan jumlah pendengar yang cukup signifikan.

Dalam wawancara dengan Anton Nugroho, Direktur Utama PT. Radio Swara Sumbing Wijaya Kusuma, mengatakan bahwa jumlah pendengar yang dimiliki Radio RWK FM sebelum tahun 2019 sangat sedikit.<sup>5</sup> Minimnya jumlah pendengar tersebut menyebabkan berkurangnya minat pengiklan terhadap Radio RWK FM. Sehingga membuat radio kesulitan secara finansial. Maka dari itu, menarik perhatian pendengar menjadi prioritas utama radio ini.

Di Radio RWK FM peningkatan jumlah pendengar terus terjadi meski tidak ada perubahan program siaran. Radio ini masih tetap menjalankan program-program siaran yang sudah mengudara selama lebih dari tiga tahun

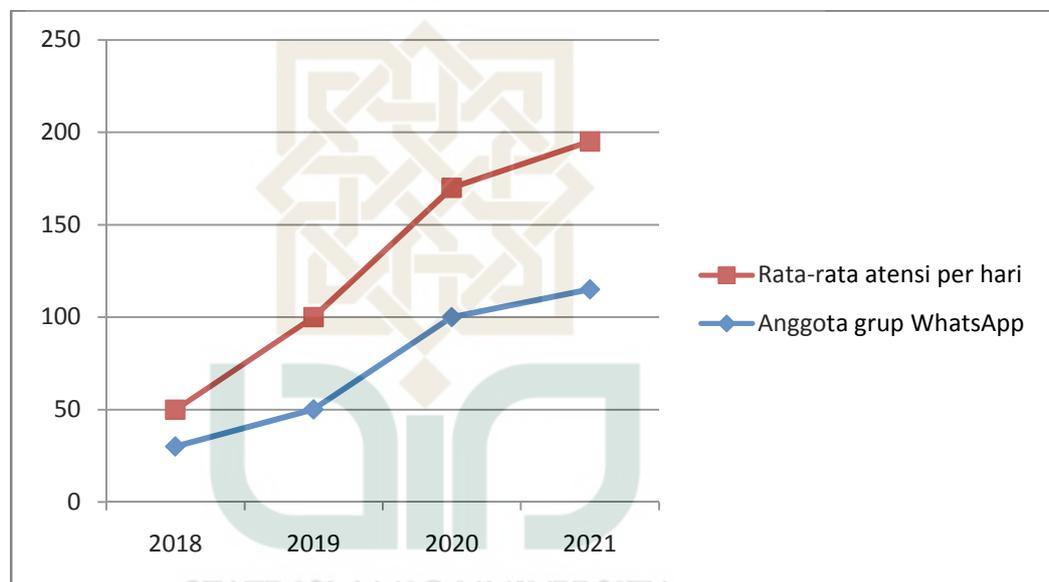
---

<sup>4</sup>Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio Dan Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 173.

<sup>5</sup>Wawancara dengan Anton Nugroho, Direktur Utama PT. Swara Sumbing Wijaya Kusuma, 1 Maret 2021.

terakhir. Meski begitu, Anton Nugroho, Direktur Utama Radio RWK FM menyatakan bahwa pertumbuhan pendengar Radio RWK FM terus terjadi. Pertumbuhan tersebut terlihat dari meningkatnya perhatian pendengar yang diterima selama siaran berlangsung, juga jumlah anggota grup di aplikasi pesan Whatsapp yang terus bertambah.

**Gambar 1 Data Pendengar Radio RWK FM 2018-2021**



Sumber : Dokumen PT. Radio Swara Sumbing Wijaya Kusuma, 2021

Momentum peningkatan jumlah pendengar terhadap program siaran yang sudah berlangsung ini harus dimanfaatkan untuk menjaga loyalitas pendengarnya, tentunya dengan konten yang menarik. Salah satu indikator bahwa konten tersebut menarik ialah dapat mempengaruhi audiens atau mampu mengajak audiens untuk ikut terlibat berpartisipasi dalam program siaran yang didengarnya.

Radio RWK FM merupakan salah satu stasiun radio yang berada di Kabupaten Klaten. Radio ini termasuk jenis radio keluarga yang dimiliki

oleh Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kabupaten Klaten (PDM Kab. Klaten). Dengan *tagline* “radio pencerah umat”, radio ini berjalan sebagai salah satu media dakwah PDM Kab. Klaten. Anton Nugroho mengatakan bahwa untuk bertahan sebagai radio dakwah cukup sulit menarik pendengar hanya dengan program siaran dakwah, maka dari itu perlu diimbangi dengan program siaran yang lain dan pengemasan program siaran yang lebih menarik bagi pendengar.

Beberapa program siaran yang dimiliki Radio RWK FM yaitu program siaran pagi “*Inspirasi Pagi*” dan “*Samara*”, program musik “*Dendang Dangdut*”, “*Klangenan Siang*”, “*Top Hits*” dan lainnya, program dakwah “*Tausyiah Sore*” dan “*Tadarus Malam*”, dan program berita “*Sari Berita*”. Dari program-program di atas, program *Klangenan Siang* menjadi program yang paling unggul di Radio RWK FM.

Program *Klangenan Siang* merupakan salah satu program musik yang dimiliki Radio RWK FM yang tayang setiap hari pada pukul 12.00 siang hingga pukul 15.00 sore. Program ini adalah program musik kedaerahan yang mana menampilkan lagu-lagu khas Jawa seperti campursari, langgam, keroncong dan sejenisnya. Dalam membawakan program acara tersebut digunakan Bahasa Jawa sebagai bahasa pengantarnya.

Dari latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan penyiar Radio RWK FM pada program *Klangenan Siang* dalam menarik minat pendengar meskipun dengan program siaran yang sama. Peneliti menggunakan analisis kualitatif

Miles & Huberman dalam menganalisa komunikasi persuasif yang dilakukan oleh penyiar.

## **B. Batasan Masalah**

Penelitian ini akan berfokus pada komunikasi persuasif yang dilakukan penyiar Radio RWK FM dalam menarik minat pendengar. Peneliti membatasi objek penelitian hanya pada Program Siaran *Klangenan Siang* pada tanggal 17 Juli 2020. Dipilihnya Program Siaran tersebut adalah karena *Klangenan Siang* merupakan program paling favorit di RWK FM sejak tahun 2019 hingga saat ini. Dengan demikian, komunikasi persuasif yang dianalisis adalah pada bagaimana penyiar Program Siaran *Klangenan Siang* dalam melakukan komunikasi persuasif terhadap pendengarnya.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh penyiar Radio RWK FM pada program *Klangenan Siang* dalam menarik minat pendengar?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi persuasif yang dilakukan oleh penyiar Radio RWK FM dan hal tersebut dapat menarik minat pendengar.

Adapun manfaat secara teoritis, Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan kajian keilmuan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, khususnya Program Studi Komunikasi

dan Penyiaran Islam. Secara praktis, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi kepada media massa khususnya radio. Penelitian ini diharapkan dapat membantu membangun strategi komunikasi pada radio sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mendengarkan radio.

#### **D. Kajian Pustaka**

Beberapa penelitian sejenis telah dilakukan sebelumnya. Di bawah ini adalah empat karya yang penulis tinjau untuk kegunaan penelitian yang akan dilakukan.

Pertama, penelitian yang ditulis oleh Ilmah Hajjariah yang berjudul Hubungan Komunikasi Persuasif Penyiar Siaran *Morning Zone* Di Radio Trax FM Palembang Terhadap Minat Mendengarkan Mahasiswa Bina Darma. Penelitian ini membahas tentang bagaimana hubungan komunikasi persuasif penyiar radio Trax FM terhadap minat mendengar mahasiswa Bina Darma. Radio Trax FM merupakan salah satu radio di bawah naungan MRA- MRD, di mana perusahaan tersebut memiliki 5 radio siar seperti I-Radio FM, Hardrock FM, Cosmopolitan FM, Trax FM, dan Brava Radio yang memiliki segmentasi pendengar yakni anak muda usia 18-25 tahun.

Selain itu, Trax FM sampai saat ini berprinsip pada kepentingan masyarakat dan kepuasan pelanggan sebagai media massa. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana hubungan komunikasi persuasif penyiar siaran *Morning Zone* terhadap minat mendengarkan mahasiswa

Bina Darma.<sup>6</sup> Pendekatan yang dilakukan adalah kuantitatif, dengan simple random sampling, yakni kurang dari 100 responden (35 responden), inilah yang membedakan dari penelitian penulis berkenaan dengan pendekatan penelitian. Adapun persamaan dari penelitian ini ialah terkait subjek yang diteliti, yakni komunikasi persuasive. Hasilnya, proses hubungan komunikasi persuasif penyiar siaran Morning Zone di Radio Trax FM Palembang terhadap minat mendengarkan mahasiswa Bina Darma Jurusan Sistem Informasi Angkatan 2015 memiliki hubungan yang cukup signifikan, memiliki pengetahuan yang luas yang mereka tidak ketahui sebelumnya dan motivasi yang membangun.

Kedua, penelitian milik Unun Fitriyani yang berjudul Komunikasi Persuasif Penyiar Pada Radio Anak Muda Jakarta (Studi Kualitatif Deskriptif di Trax FM Jakarta)<sup>7</sup> membahas tentang bagaimana komunikasi persuasif penyiar program Morning Zone di radio Trax FM Jakarta yang memiliki segmentasi anak muda, juga turut didengarkan oleh kalangan ibu-ibu. Adapun tujuan penelitian ialah untuk mengetahui komunikasi persuasif penyiar melalui proses komunikasi dan teknik komunikasi persuasif penyiar. Metode yang digunakan ialah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik analisa yang digunakan ialah reduksi data, display data, dan triangulasi untuk menarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses komunikasi penyiar diawali dengan pemilihan program yang berbeda

---

<sup>6</sup>Hajarriah Ilmah, "Hubungan Komunikasi Persuasif Penyiar Siaran Morning Zone Di Radio Trax FM Palembang Terhadap Minat Mendengarkan Mahasiswa Bina Darma Jurusan Sistem Informasi Angkatan 2015" (UIN Raden Fatah, 2019).

<sup>7</sup>Utun Fitriyani, "Komunikasi Persuasif Penyiar Pada Radio Anak Muda Jakarta (Studi Kualitatif Deskriptif Di Trax FM Jakarta)" (Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, 2016).

dari radio lainnya, yakni *Kuis Berentet* dan *Cerita Apelah*. Program tersebut ditayangkan pada jam *prime time* yakni pukul 6-10 pagi dan menghasilkan audience yang beragam dari sisi segmentasi usia terutama pada pendengar *driving time*, sehingga penyampaian pesan dilakukan secara singkat, ringan, dan cepat. Persamaan dari penelitian penulis adalah dari segi subjeknya, yakni meneliti terkait teknik persuasi penyiar. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yakni terletak pada objek penelitian yang digunakan.

Ketiga, penelitian Andi Hasta, Sumadi Dilla dan Harnina Ridwan dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Haluoleo berjudul Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Mu'adz Bin Jabal dalam Meningkatkan Minat Pendengar. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi penyiar Radio Mu'adz Bin Jabal dalam meningkatkan minat pendengarnya. Hasil dari penelitian tersebut menemukan bahwa penggunaan pesan yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif meningkatkan minat pendengar pada Radio Mu'adz Bin Jabal.<sup>8</sup>

Kesamaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui bagaimana meningkatkan minat pendengar dalam mendengarkan radio. Perbedaan dengan penelitian penulis yaitu penelitian ini menganalisa strategi-strategi yang dilakukan penyiar sedangkan

---

<sup>8</sup>Andi Hasta, "Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Mu'adz Bin Jabal Dalam Meningkatkan Pendengar" (Universitas Haluoleo, 2016) hlm. 13.

penelitian penulis akan fokus pada teknik persuasi yang digunakan penyiar dalam menarik minat pendengar.

Keempat, skripsi Gifta P. Zebua yang berjudul Karakteristik Penyiar dan Minat Mendengar (Studi Korelasional Karakteristik Suara Desta dan Gina sebagai Penyiar Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Mendengar Acara *Desta and Gina in The Morning* di Radio Prambors).<sup>9</sup> Penelitian ini membahas tentang sejauh mana pengaruh karakteristik Desta dan Gina terhadap minat mendengar.

Teori ini menggunakan teori komunikasi, komunikasi massa, *uses and gratification* dan teori tentang minat. Metode yang digunakan adalah metode korelasional, ini menjadi pembeda dari penelitian penulis. Hasilnya, dalam uji determinan korelasi menunjukkan bahwa karakteristik suara Desta dan Gina sebanyak 21,6% memengaruhi minat mahasiswa FISIP USU untuk mendengar program acara *Desta and Gina in The Morning*. Menurut Gifta, suara Desta dan Gina tidak cukup memenuhi kriteria standar penyiar, namun memiliki daya minat yang cukup baik sehingga memiliki pengaruh yang cukup besar yakni 21,6%. Hal ini menjadi faktor lain yang memengaruhi minat mendengar berupa karakteristik selain karakteristik suara penyiar.

---

<sup>9</sup>Gifta P Zebua, "Karakteristik Penyiar Dan Minat Mendengar (Studi Korelasional Karakteristik Suara Desta Dan Gina Sebagai Penyiar Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Mendengar Acara *Desta and Gina in The Morning* Di Rad" (Universitas Sumatera Utara, 2017).

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Dinda Helsa Novia dan Besti Rohana Simbolon yang berjudul Strategi Komunikasi Penyiar Radio Sla FM 105,6 MHz Takengon Kabupaten Aceh Tengah dalam Meningkatkan Minat Pendengar. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi penyiar dalam meningkatkan minat pendengar. Peneliti menemukan strategi yang digunakan dalam menarik minat pendengar Sla FM bermacam-macam, diantaranya strategi kesesuaian, strategi persuasif, strategi daya penarik pendengar, dan strategi pembentukan kebiasaan.<sup>10</sup>

Penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis, yaitu penulis lebih fokus terhadap komunikasi persuasif sedangkan penelitian ini membahas seluruh strategi-strategi yang digunakan dalam menarik minat pendengar. Perbedaan yang lain yaitu, dalam penelitian ini digunakan teori *uses and gratification* sedangkan penulis tidak menggunakannya. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu keduanya meneliti bagaimanakah radio menarik minat pendengar.

Sedangkan penelitian yang membahas tentang radio RWK FM Klaten masih sulit peneliti temukan. Dari telaah terhadap berbagai penelitian tersebut, peneliti meyakini bahwa belum ada yang meneliti tentang komunikasi persuasif penyiar di Radio RWK FM.

---

<sup>10</sup>Dinda Helsa Novia and Besti Rohana Simbolon, "Strategi Komunikasi Penyiar Radio Sla FM 105,6 MHz Tangekon Kabupaten Aceh Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar," *Social Opinion* 4, no. 1 (2019), hlm.12.

## E. Kerangka Teori

### 1. Radio

Radio adalah salah satu media yang telah melalui berbagai zaman, sejak zaman dahulu hingga sekarang. Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal melalui gelombang elektromagnetik yang dapat melintas tanpa medium pengangkut. Radio melalui sejarah panjang sebelum digunakan sebagai media komunikasi massa oleh David Sarnoff. Ia mendirikan perusahaan pembuatan pesawat radio bernama RCA (Radio Corporation of America). Siaran berita pertama dilakukan oleh stasiun penyiaran radio KDKA, terjadi pada tahun 1920 yang meliput kegiatan Pemilu di Amerika.<sup>11</sup>

Di Indonesia, RRI (Radio Republik Indonesia) menjadi radio pertama setelah Proklamasi Kemerdekaan Indonesia yang diresmikan pada tanggal 11 September 1945. Setelah kemerdekaan Indonesia, radio dipergunakan sebagai media massa dalam usaha mempertahankan dan mengisi kemerdekaan.<sup>12</sup> Radio telah menjadi media yang berperan penting bagi masyarakat Indonesia sejak dahulu hingga saat ini.

Radio merupakan media penyiaran pertama yang menyiarkan pesan berupa suara (audio). Radio memiliki kekuatan sebagai media imajinasi karena sebagai media auditori, radio menstimulasi dengan

---

<sup>11</sup> Niluh Jingga Larasati, "Pengertian Radio", *KPID Banten*, <https://setkpid.bantenprov.go.id/read/berita/203/Pengertian-Radio.html>, diakses tanggal 6 Mei 2021.

<sup>12</sup> Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran: Teori Dan Praktek* (Bandung: Mandar Maju, 1990), hlm. 61.

suara dan berusaha memvisualisasikan melalui suara penyiar.<sup>13</sup> Suara dari penyiar memiliki komponen visual yang bisa menciptakan gambar dalam benak pendengar.<sup>14</sup>

#### **a. Karakteristik program siaran radio**

Karakteristik radio siaran antara lain: auditori, sepiantas lalu, identik dengan musik, mengandung gangguan timbul tenggelam dan teknis, akrab dan hangat. Program siaran radio ditelaah dari karakteristiknya dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu<sup>15</sup>:

- 1) Siaran karya artistik : siaran yang diproduksi melalui pendekatan artistik, yaitu proses produksinya mengutamakan segi keindahan.
- 2) Siaran karya jurnalistik : siaran yang diproduksi melalui pendekatan jurnalistik yaitu suatu proses produksi yang mengutamakan segi kecepatan, termasuk dalam proses penyajian kepada khalayak.

#### **b. Karakteristik Radio**

Sebagai media yang tetap bertahan sejak dahulu hingga sekarang, radio memiliki karakteristik sebagai media massa. Riswandi menjelaskan karakteristik radio tersebut sebagai berikut<sup>16</sup>:

---

<sup>13</sup>John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), hlm. 9.

<sup>14</sup>Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional* (Yogyakarta: LKiS Group, 2004), hlm. 15.

<sup>15</sup>Yuda Triartanto, *Broadcasting Radio : Panduan Teori Dan Praktek* (Yogyakarta: Pustaka Book, n.d.).

<sup>16</sup>Riswandi, *Dasar-Dasar Penyiaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009).

1) Publisitas

Radio memiliki karakteristik publisitas, artinya radio dapat didengarkan oleh siapa saja tanpa adanya batasan boleh atau tidaknya mendengarkan radio.

2) Universalitas

Radio memiliki karakteristik universalitas, artinya pesan yang disampaikan melalui radio harus bersifat umum, mencakup segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat dan menyangkut kepentingan umum karena pendengarnya adalah masyarakat luas.

3) Periodisitas

Radio memiliki karakteristik periodisitas, artinya siaran radio harus bersifat tetap atau berkala, misalnya periode harian atau mingguan.

4) Kontinuitas

Radio memiliki karakteristik kontinuitas, artinya siaran radio harus bersifat berkesinambungan atau terus menerus sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Hal ini berkaitan dengan karakter periodisitas.

5) Aktualitas

Radio memiliki karakteristik aktualitas, artinya apa yang disampaikan dalam siaran merupakan hal-hal baru. Dengan

demikian, pendengar radio dapat mendapatkan informasi terkini.

### c. Ciri Khas Radio

Lima Karakteristik sebagaimana dijelaskan Riswandi di atas merupakan karakteristik yang tidak jauh berbeda dengan media massa lainnya. Oleh karena itu, Riswandi juga menjelaskan mengenai ciri khas dari radio itu sendiri, yakni<sup>17</sup>:

#### 1) Imajinatif

Berbeda dengan media massa TV yang dapat disaksikan langsung, radio mengandalkan pendengaran audiensnya. Oleh karena itu, siaran radio harus bersifat imajinatif, artinya harus berupaya mengajak komunikan atau pendengarnya untuk berimajinasi.

#### 2) Auditori

Karakteristik radio yang hanya mengandalkan pendengaran audiesnnya menjadikan informasi yang disampaikan dalam siaran radio tidak dapat diulang, kecuali dengan merekamnya.

Hal ini menjadi alasan mengapa pesan radio harus disusun secara singkat dan jelas.

#### 3) Akrab/Intim

Siaran radio yang hanya mengandalkan pendengaran audiensnya tersebut menyebabkan siaran radio biasa

---

<sup>17</sup>Riswandi.

didengarkan audiens sambil melakukan kegiatan atau pekerjaan lainnya. Menurut Riswandi, hal ini menjadikan siaran radio terasa lebih akrab bagi pendengarnya

#### 4) Identik dengan Musik

Radio sangat identik dengan musik. Hampir setiap program acara di radio menyelipkan musik, meskipun bukan program hiburan.

#### 5) Mengandung Gangguan

Sering muncul gangguan ketika mendengarkan radio, seperti gangguan teknis.

Selain lima karakter khas radio tersebut, Riswandi juga menambahkan karakter lainnya yaitu radio sebagai sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan music. Namun, karakteristik ini tidak sesuai dengan fakta lapangan saat ini, disebabkan oleh banyak bermunculan media massa atau platform baru yang juga memudahkan masyarakat dalam mendengarkan musik. Meskipun demikian, radio tetap memiliki pasar pendengarnya sendiri.

## 2. Komunikasi Persuasif

Komunikasi adalah aspek penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi adalah proses pertukaran informasi dari komunikator kepada komunikan. Dalam pengertian yang lebih jelas, sebagaimana didefinisikan oleh Harold D. Laswel, komunikasi dapat didefinisikan

sebagai *who says what to whom in which channel to what effect*. Definisi Laswel ini juga dikenal sebagai 5W, yakni komunikasi dapat terjadi dengan adanya lima aspek, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek yang dihasilkan. Salah satu tujuan komunikasi adalah mempengaruhi komunikan, hal ini disebut juga dengan komunikasi persuasif.

Istilah persuasif atau dalam bahasa Inggris *persuasion* berasal dari bahasa Latin yang artinya ajakan, bujukan, imbauan, dan lain-lain yang sifatnya halus dan luwes. Dari definisi ini, persuasif dapat juga diartikan sebagai proses di mana sebuah pesan menyebabkan perubahan keyakinan, sikap, atau perilaku.<sup>18</sup> Menurut Roekomy, persuasi sendiri berarti suatu kegiatan psikologis dalam usaha mempengaruhi pendapat, sikap dan tingkah laku seseorang atau orang banyak agar berpendapat, bersikap dan bertingkah laku seperti yang diharapkan.<sup>19</sup>

Sementara Larson mendefinisikan komunikasi persuasi sebagai sebuah proses yang mengubah perilaku, kepercayaan, opini serta sikap. Larson menjelaskan persuasi merupakan sebuah proses, maka persuasi dipengaruhi berbagai faktor.

#### **a. Faktor yang Mempengaruhi Persuasi**

Terdapat empat faktor yang dapat mempengaruhi proses persuasi menurut Shannon dan Weaver, yang mana keempat faktor

---

<sup>18</sup>Effendy, *Radio Siaran: Teori Dan Praktek*.

<sup>19</sup>Roekomy, *Dasar-Dasar Persuasif* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1992), hlm. 2.

inilah yang digunakan sebagai topik pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut<sup>20</sup>:

- 1) Sumber pesan, yang dimaksud adalah komunikator atau orang yang melakukan persuasi. Karakteristik komunikator dapat mempengaruhi dan membujuk orang lain.
- 2) Pesan, pesan yang disampaikan harus memiliki karakteristik yang menarik bagi logika atau emosi audiens.
- 3) Medium, yang dimaksud dalam faktor ini adalah cara penyampaian pesan persuasif. Pesan yang rumit atau berbelit-belit maka akan sulit dimengerti oleh audiens.
- 4) Audiens, menekankan pada karakteristik sasaran pesan persuasif. Pesan persuasif yang relevan dengan sasaran pesan lebih mungkin efektif.

Perloff mendefinisikan persuasi sebagai proses simbolik di mana komunikator berusaha untuk meyakinkan seseorang untuk membentuk atau mengubah sikap dan perilaku mereka mengenai suatu isu melalui transmisi pesan. Maka persuasi dapat diartikan sebagai kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk mengubah sikap ataupun perilaku orang lain melalui pesan-pesan.

#### **b. Komponen Sikap**

Terdapat tiga komponen sikap dalam mengubah perilaku seseorang, yaitu:

---

<sup>20</sup>Charles U Larson, *Persuasion Reception and Responsibility* (Australia: Wadsworth, 2010), hlm. 25-26.

- 1) Respon evaluasi kognitif, aspek ini berkaitan dengan penilaian seseorang atas suatu informasi yang masuk ke dalam pemikiran orang tersebut.
- 2) Respon evaluasi afektif, merupakan aspek perasaan atau emosi yang dihubungkan dalam proses persuasi.
- 3) Respon evaluasi tingkah laku, merupakan respon seseorang untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap suatu pesan persuasif yang diterimanya.

Hoeta Soehoet berpandangan bahwa isi pernyataan mengandung daya pengaruh terhadap pendapat-pendapat orang lain. Besarnya daya pengaruh tersebut bergantung pada isi pernyataan itu sendiri dan cara mengemukakannya. Maka ini juga ditentukan oleh orang yang memiliki dan menyampaikan isi pernyataan tersebut.<sup>21</sup> Dari pandangan Hoeta Soehoet tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pesan yang dikemas secara optimal kemudian disampaikan oleh orang (komunikator) yang tepat akan mampu mempengaruhi khalayak yang dituju.

Isi pesan yang dimaksud Hoeta Soehoet adalah isi pernyataan harus memperhatikan materi, lambang komunikasi, etika, estetika dan rasa keadilan.<sup>22</sup> Menurut Jamiluddin Ritonga, dari keempat unsur tersebut hendaknya mengacu dari khalayak yang dituju dan kemudian dikemas dalam satu kesatuan (*unity*) dengan memperhatikan unsur-

---

<sup>21</sup>Roekomy, *Dasar-Dasar Persuasif*, hlm. 21.

<sup>22</sup>Roekomy, hlm. 24.

unsur kesederhanaan (*simplicity*) dan memberi penekanan pada hal-hal yang dianggap penting (*emphasis*).

### c. Efek Persuasi

Keberhasilan persuasi yang efektif dan tepat sasaran salah satunya adalah efek perubahan perilaku orang lain untuk menjadi keinginan komunikator. Menurut Perloff, terdapat tiga efek dari proses persuasi, yaitu:

- 1) Membentuk, maksud dari efek ini adalah terbentuknya suatu sikap atau rasa suka seseorang terhadap suatu ide.
- 2) Mengubah, merupakan efek yang muncul berlawanan dengan sikap awal yang dimiliki oleh seseorang.
- 3) Memperkuat, memperkuat sikap seseorang terhadap suatu ide atau pesan.

### 3. Penyiar Radio

Ben H. Henneke mengemukakan bahwa penyiaran adalah suatu usaha untuk memberitahukan informasi kepada khalayak banyak namun ditujukannya kepada pendengar secara personal dengan maksud membuat pendengar (sasaran) mendengar, mengerti, merasa tertarik, kemudian melakukan apa yang didengarnya itu. Sedangkan penyiar adalah orang yang menyajikan materi siaran atau informasi-informasi

tersebut kepada khalayak yang dalam media radio disebut dengan pendengar.<sup>23</sup>

#### a. Kualifikasi Penyiar

Radio sebagai media auditori mengandalkan penyiar dalam penyampaian pesannya. Penyiar merupakan pekerjaan yang khas, meski dapat dipelajari seperti pekerjaan-pekerjaan yang lain, tetapi untuk menjadi penyiar harus memiliki kualifikasi yang tepat dalam dunia kepenyiaran radio. Menurut Ben G. Henneke beberapa kualifikasi yang harus dimiliki penyiar adalah<sup>24</sup>:

1) Komunikasi gagasan

Komunikasi gagasan adalah penyampaian ide atau pemikiran juga opini dari penyiar kepada pendengarnya.

2) Komunikasi kepribadian

Komunikasi kepribadian dapat diartikan sebagai pemahaman tingkah laku, pikiran, perasaan dan kegiatan manusia.<sup>25</sup>

3) Proyeksi kepribadian, yang meliputi keaslian, kelincahan, keramah-tamahan dan kesanggupan menyesuaikan diri.

Keaslian bagi penyiar radio yaitu penyiar dapat melakukan siaran dengan suara yang natural. Kelincahan dalam berbicara harus dimiliki penyiar untuk memperlihatkan rasa semangat bagi pendengar. Keramahan dapat membuat program yang dibawanya melekat dan akrab bagi pendengar.

---

<sup>23</sup>Effendy, *Radio Siaran: Teori Dan Praktek*, hlm. 126.

<sup>24</sup>Effendy, hlm. 129.

<sup>25</sup> Alwisol, *Psikologi Kepribadian* (Malang: UMM Press, 2006), hlm. 19.

Menyesuaikan diri dengan pendengar dilakukan untuk memahami, mengimbangi dan melayani setiap pendengarnya.<sup>26</sup>

- 4) Pengucapan
- 5) Kontrol suara, yang mencakup pola titi nada, kerasnya suara, tempo dan kadar suara

#### **b. Teknik Siaran**

Sebelum melakukan siaran, penyiar harus melakukan persiapan-persiapan untuk meminimalisir kesalahan yang dapat terjadi selama siaran berlangsung. Penguasaan materi siaran dengan mempelajari bahan siaran sebelum mengudara. Pada umumnya ada dua teknik yang biasa digunakan penyiar, hal ini tergantung pada jenis bahan siaran. Teknik-teknik tersebut adalah<sup>27</sup>:

##### 1) Teknik Ad libitium

Ad libitium berarti berbicara santai sebagaimana orang menghendakinya. Penyiar yang melakukan teknik ad libitium melakukan siaran tanpa naskah dan berbicara secara bebas juga fasih. Meskipun berbicara secara bebas, penyiar harus tetap memperhatikan tata bahasa yang benar, jelas dan tegas pengutaraannya.

##### 2) Teknik membaca naskah

---

<sup>26</sup> Mochamad Sinung Restendy,dkk., “Analisis Teknik Siar Deddy Mahendra Desta Dalam Membawakan Program Acara Televisi dan Radio”, *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan*, vol.12: 1 (Juni, 2021), hlm. 45.

<sup>27</sup>Effendy, hlm. 130.

Pada teknik ini, penyiar akan melakukan siara mengikuti naskah yang telah disiapkan. Naskah dapat ditulis oleh penyiar ataupun orang lain yang bertugas dalam menyiapkan naskah siaran. Dalam teknik ini, meskipun penyiar membacakan naskah, tetapi harus dibaca seakan penyiar sedang melakukan teknik *ad libitum*.

#### 4. Minat Pendengar

Menurut Abdul Rahman Shaleh, minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut disertai dengan rasa senang.<sup>28</sup> Hal hal pokok dalam minat menurut Rast, Harmin dan Simon dalam Abdul Rahman Saleh yaitu:

- a. Adanya perasaan senang dalam diri yang memberikan perhatian pada objek tertentu,
- b. Adanya ketertarikan terhadap objek tertentu,
- c. Adanya aktifitas atas objek tertentu,
- d. Adanya kecenderungan lebih aktif,
- e. Objek atau aktifitas tersebut dipandang fungsional dalam kehidupan,
- f. Kecenderungan bersifat mengarahkan dan mempengaruhi tingkah laku individu.

---

<sup>28</sup>Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 262.

Pendengar adalah sasaran komunikasi massa pada media radio. Komunikasi yang terjadi dapat dikatakan efektif apabila pendengar terpicat perhatiannya, tertarik terus minatnya, mengerti, tergerak hatinya dan melakukan kegiatan apa yang diinginkan oleh pembicaranya.<sup>29</sup> Dalam hal ini adalah penyiar, karena komunikasi dalam media radio adalah para penyiar.

Sedangkan berdasarkan cara mengungkapkannya minat dapat dibedakan menjadi empat macam, yaitu:<sup>30</sup>

- a. Expressed interest adalah minat yang digambarkan oleh seseorang secara langsung, sehingga dapat diketahui minatnya dengan menanyakannya secara langsung.
- b. Manifest interest adalah minat yang dapat diketahui dengan melihat atau mengamati kegiatan seseorang.
- c. Tested interest, adalah minat yang dapat diketahui dengan menyimpulkan dari test yang dilakukan secara objektif mengenai suatu hal.
- d. Inventoried interest, adalah minat yang dapat diketahui dengan sebuah instrument yang telah terstandar, yang biasanya berbentuk pertanyaan-pertanyaan senang atau tidak senang mengenai suatu hal.

---

<sup>29</sup>Onong Effendy, *Radio Siaran*, hlm. 84.

<sup>30</sup>Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, hlm. 267.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Paradigma Penelitian**

Paradigma penelitian adalah cara pandang, kepercayaan, asumsi, konsep, preposisi atau persepsi yang mendasari pikiran dan cara kerja dalam penelitian.<sup>31</sup> Menurut Nanang Martono, paradigma dalam penelitian juga dapat diartikan sebagai cara pandang peneliti terhadap suatu realitas yang mempengaruhi pendapat dan sikap peneliti mengenai realitas tersebut.<sup>32</sup> Paradigma penelitian terbagi menjadi dua. Kedua paradigma tersebut menghasilkan jenis penelitian yang berbeda yaitu penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Jalaluddin Rahmat dan Idy Subandy menggunakan istilah paradigma positivistik untuk penelitian kuantitatif, dan paradigma nonpositivistik untuk penelitian kualitatif.<sup>33</sup> Penelitian ini merupakan penelitian dengan paradigma nonpositivistik, yakni mengkaji makna dari peristiwa atau objek yang ada.<sup>34</sup> Peneliti menganalisis bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan penyiar RWK FM dalam menarik minat pendengar.

### **2. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yakni sebuah pendekatan dengan cara kerja penelitian yang menekankan pada aspek

---

<sup>31</sup>Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015).

<sup>32</sup>Nanang Martono, *Metode Penelitian Sosial Konsep-Konsep Kunci*, 2nd ed. (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016).

<sup>33</sup>Jalaluddin Rahmat and Idy Subandy Ibrahim, *Metode Penelitian Komunikasi*, 2nd ed. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017).

<sup>34</sup>Rahmat and Ibrahim.

pendalaman data demi mendapatkan kualitas dari hasil suatu penelitian.<sup>35</sup> Pendekatan kualitatif tidak menggunakan angka sebagaimana pada penelitian kuantitatif. Peneliti menggunakan pendekatan ini untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian.

### 3. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>36</sup> Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan menghasilkan gambaran dan atau pemahaman mengenai bagaimana sebuah gejala atau realitas komunikasi terjadi.<sup>37</sup> Penelitian jenis ini mendasarkan diri pada hal-hal yang bersifat diskursif, seperti transkrip dokumen, catatan lapangan dan hasil wawancara untuk dianalisis, diinterpretasikan, lalu disimpulkan.<sup>38</sup>

### 4. Subjek dan Objek Penelitian

Menurut Muhammad Idrus, subjek penelitian adalah individu, benda, atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.<sup>39</sup> Definisi yang sama disampaikan oleh

---

<sup>35</sup>Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.

<sup>36</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018).

<sup>37</sup>Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, cet. 2 (Yogyakarta: Lkis, 2008), hlm. 35.

<sup>38</sup>*Ibid.*, hlm.37.

<sup>39</sup>Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif* (Jakarta: Erlangga, 2009).

Saifudin Azwar bahwa subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian.<sup>40</sup> Dari kedua definisi tersebut, maka subjek penelitian ini adalah penyiar program *Klangenan Siang* di Radio RWK FM. Adapun objek penelitian didefinisikan Hamidi sebagai konsep atau kata-kata kunci yang diteliti atau topik penelitian.<sup>41</sup> Dari definisi tersebut, maka objek penelitian ini adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh penyiar tersebut yang meliputi sumber pesan, pesan, medium dan audiens.

## 5. Data Penelitian

Penelitian ini bersumber pada data primer dan data sekunder. Data primer dan data sekunder dapat dimaknai dengan dua sudut pandang, yaitu cara memperoleh data dan peran data dalam penelitian. Menurut sudut pandang cara memperoleh data, data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari lokasi penelitian melalui sumber pertama atau melalui pengamatan langsung peneliti, sedangkan data sekunder adalah informasi yang bukan dari sumber pertama atau memanfaatkan data yang telah dikumpulkan pihak lain.<sup>42</sup> Adapun menurut sudut pandang peran data dalam penelitian, maka data primer penelitian ini adalah data utama yang digunakan peneliti untuk memperoleh jawaban atas masalah penelitian yang dikaji, sedangkan data sekunder adalah data penunjang yang keberadaannya hanya

<sup>40</sup>Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014).

<sup>41</sup>Hamidi, *Metode Penelitian Dan Teori Komunikasi* (Malang: UMM Press, 2010).

<sup>42</sup>Martono, *Metode Penelitian Sosial Konsep-Konsep Kunci*.

digunakan untuk memperkuat, melengkapi, atau mendukung data primer.<sup>43</sup> Dari definisi di atas, maka data primer penelitian ini, baik dari cara memperoleh data ataupun peran data dalam penelitian, adalah hasil wawancara dengan narasumber dan pengamatan langsung terhadap subjek dan objek penelitian. Sedangkan data sekundernya berupa dokumen yang dimiliki oleh Radio RWK FM, berupa data-data, transkrip siaran, rekaman dan lain sebagainya.

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan dua metode, yaitu observasi dan wawancara. Observasi adalah kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan pada objek tersebut.<sup>44</sup> Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi secara langsung untuk melihat bagaimana program acara direncanakan oleh berbagai pihak yang terlibat dalam radio, seperti direktur dan penyiar, serta melihat bagaimana proses siaran program *Klangenan Siang* berlangsung.

Setelah melakukan observasi lapangan, peneliti juga melakukan wawancara. Dalam penelitian, wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dari informan yang memiliki otoritas terhadap informasi penting yang ada di dalam RWK FM ini. Peneliti melakukan wawancara kepada Kepala Bagian Studio RWK FM, yakni Bapak

---

<sup>43</sup>Martono.

<sup>44</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2007).

Ardan Harjanto, penyiar program acara *Klangenan Siang*, Shenny Widya, penyiar RWK FM yang lain dan pendengar program *Klangenan Siang* RWK FM. Dari wawancara terhadap informan-informan tersebut, peneliti mendapatkan data-data terkait komunikasi persuasif yang dilakukan penyiar *Klangenan Siang* RWK FM dalam menarik minat pendengar.

## 7. Teknik Analisis Data

Analisis data dari hasil pengumpulan data merupakan tahapan yang penting dalam penyelesaian suatu kegiatan penelitian ilmiah. Data yang telah terkumpul tanpa dianalisis menjadi tidak bermakna, tidak berarti, menjadi data yang mati dan tidak berbunyi. Oleh karena itu, analisis data ini untuk memberi arti, makna, dan nilai yang terkandung dalam data.<sup>45</sup>

Setelah semua data terkumpul, maka data-data temuan yang diperoleh dari hasil penelitian kemudian akan dilakukan interpretasi data. Miles dan Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif terdiri dari yaitu:

### a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data merupakan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polarnya. Bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih

---

<sup>45</sup> Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: UIN Maliki Press, 2010), hlm. 119.

jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.<sup>13</sup>

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Dalam Penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan seluruh data yang diperoleh dari hasil penelitian dan melakukan penyajian data yang dilakukan dalam bentuk uraian singkat agar mudah dipahami. Penyajian data tersebut adalah data data yang diperoleh dari obyek penelitian di lapangan.

c. *Conclusion Drawing/Verification*

Tahap akhir dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penarikan kesimpulan terhadap data-data yang diperoleh di lapangan untuk memastikan data-data yang penting. Penarikan kesimpulan tentunya harus sesuai dengan apa yang ada dalam rumusan masalah.

**G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum mengenai rencana susunan bab-bab dalam skripsi ini. Adapun sistematika terdiri dari 4 (empat) bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB 1 Pendahuluan. Pada bab ini, peneliti akan membahas mengenai gambaran penelitian yang akan dilakukan serta pokok permasalahannya. Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan

penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Gambaran Umum. Pada bab ini, peneliti akan menguraikan gambaran umum mengenai objek dan subjek penelitian yaitu komunikasi persuasif dan penyiar Radio RWK FM. Bab ini terdiri dari profil radio, program siaran, dan staf Radio RWK FM.

BAB III Pembahasan. Pada bab ini, peneliti akan menguraikan hasil penelitian tentang pesan-pesan persuasif oleh penyiar Radio RWK FM sehingga dapat menarik pendengar.

BAB IV Penutup. Pada bab ini, peneliti akan menyimpulkan hasil penelitian yang telah dilakukan.



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari analisis yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat komunikasi persuasif yang dilakukan oleh penyiar RWK FM dalam menarik minat pendengar. Dalam melakukan komunikasi persuasi, penyiar sebagai sumber pesan memiliki karakteristik dan memenuhi kualifikasi yang harus dimiliki oleh seorang penyiar. Meski pesan-pesan yang disampaikan saat siaran tidak terlalu banyak, namun disampaikan dengan memperhatikan komponen-komponen sikap yang dapat mempengaruhi audiens. Dalam penyampaiannya, penyiar menggunakan Bahasa Jawa yang sederhana dan mudah dipahami, didukung dengan cara berbicara yang akrab namun tetap sopan sehingga menarik bagi pendengar yang segmentasinya adalah pendengar berusia lebih dari 30 tahun.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Penelitian mengenai radio tampaknya perlu untuk terus dilakukan, meskipun radio sebagai salah satu media massa sudah cukup lama tergeseakan dengan kehadiran banyak media massa baru lainnya. Radio masih menjadi media yang menemani kehidupan masyarakat hingga saat ini.

2. Pihak pengelola radio khususnya yang berada di daerah perlu mempertimbangkan penggunaan bahasa daerah dalam satu atau lebih program siarannya. Hal ini karena penggunaan bahasa daerah diyakini menjadi salah satu faktor yang dapat menarik minat pendengar untuk mendengarkan radio.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Nur. "Radio Sebagai Sarana Media Massa." *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2015): 233–54.
- Aisyah, Vinisia Nurul. "Analisis Pesan Persuasif Kelompok Cyberprotest Di Twitter." *Studi Komunikasi* 4, no. 1 (2021).
- Alwisol, *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press, 2006.
- Ancok, Djamaludin, and Fuad Nashori Suroso. *Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi / Djamaludin Ancok*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000.
- Aryawan, I Wayan, Selvy Sey, and Margaretha Diana. "Strategi Manajemen Program Siaran Radio Dalam Menarik Minat Pendengar: Studi Di Radio Komunitas Dwijendra." *Kajian Ilmu Komunikasi* 16, no. 1 (2018).
- Azizi, Irfan. "Strategi Komunikasi Radio Songgolangit FM Ponorogo (Telaah Program Berita Songgolangit Hari Ini)." IAIN Ponorogo, 2020.
- Azwar, Saifudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- E.A, Purnawan. *Dynamic Persuasion*. Jakarta: Gramedia, 2002.
- Effendy, Onong Uchjana. *Radio Siaran: Teori Dan Praktek*. Bandung: Mandar Maju, 1990.
- Fiske, John. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005.
- Fitriyani, Utun. "Komunikasi Persuasif Penyiar Pada Radio Anak Muda Jakarta (Studi Kualitatif Deskriptif Di Trax FM Jakarta)." Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, 2016.
- Hamidi. *Metode Penelitian Dan Teori Komunikasi*. Malang: UMM Press, 2010.
- Hasta, Andi. "Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Mu'adz Bin Jabal Dalam Meningkatkan Pendengar." Universitas Haluoleo, 2016.
- Ibrahim. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Ilmah, Hajarriah. "Hubungan Komunikasi Persuasif Penyiar Siaran Morning Zone Di Radio Trax FM Palembang Terhadap Minat Mendengarkan Mahasiswa Bina Darma Jurusan Sistem Informasi Angkatan 2015." UIN Raden Fatah, 2019.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Larson, Charles U. *Persuasion Reception and Responsibility*. Australia: Wadsworth, 2010.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Sosial Konsep-Konsep Kunci*. 2nd ed. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016.
- Masduki. *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter & Penyiar Radio*. Jakarta: Penebar Swadaya, 2001.
- . *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: LKiS Group, 2004.
- Morrisan. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*. Jakarta: Kencana, 2008.

- Nabawi, Muhammad. "Peranan Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Di Dinas Kearsipan Dan Perpustakaan Kabupaten Paser." *Ilmu Komunikasi* 6, no. 3 (2018).
- Novia, Dinda Helsa, and Besti Rohana Simbolon. "Strategi Komunikasi Penyiar Radio Sla FM 105,6 MHz Tangekon Kabupaten Aceh Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar." *Social Opinion* 4, no. 1 (2019).
- Prayuda, Harlay. *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana Dan Praktik Penyiaran*. Malang: Banyumedia, 2005.
- Rahmat, Jalaluddin, and Idy Subandy Ibrahim. *Metode Penelitian Komunikasi*. 2nd ed. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Riswandi. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Roekomy. *Dasar-Dasar Persuasif*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1992.
- Rudy, May. *Komunikasi & Hubungan Masyarakat Internasional*. Bandung: Refika Aditama, 2005.
- Sandra, Kusnul Ika. "Efektivitas Penyiaran Berita Melalui Radio Di Kalangan Generasi Z (Rentang Usia 16-23 Tahun)." *Jurnal Diklat Keagamaan* 12, no. 2 (2018): 149–55.
- Shaleh, Abdul Rahman. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Sinung Restendy, Mochamad dkk., "Analisis Teknik Siar Deddy Mahendra Desta Dalam Membawakan Program Acara Televisi dan Radio", *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan*, vol.12: 1 2021.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Surya Ramadhani, Ridla. "Proses Pembuatan Program Kuis Radio 'Kuis Kisah Teladan' Di Radio Wijaya Kusuma (RWK FM) Klaten." Universitas Negeri Solo, 2014.
- Triartanto, Yuda. *Broadcasting Radio : Panduan Teori Dan Praktek*. Yogyakarta: Pustaka Book, n.d.
- Zebua, Gifta P. "Karakteristik Penyiar Dan Minat Mendengar (Studi Korelasional Karakteristik Suara Desta Dan Gina Sebagai Penyiar Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Mendengar Acara Desta and Gina in The Morning Di Rad." Universitas Sumatera Utara, 2017.